

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330.101.2

С.В. Кравцевич¹

*Читинский институт Байкальского
государственного университета,
г. Чита, Россия*

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ КОНКУРЕНЦИИ: ВКЛАД ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАПАДНОЙ НАУЧНЫХ ШКОЛ

Аннотация. Рассматриваются современные научные взгляды на понятие конкуренции, которое имеет два методологических направления развития. Исследователи первого направления придерживаются диалектико-идеалистического подхода к анализу конкуренции, который рассматривает конкуренцию как совокупность конкурентных процессов, протекающих в условиях функционирования одного рыночного механизма, а сущность конкуренции раскрывается через понятие конкурентного преимущества. Исследователи второго направления придерживаются диалектико-материалистического подхода к анализу конкуренции, который рассматривает конкуренцию как совокупность условий, в которых протекают рыночные процессы, а сущность конкуренции раскрывается через понятие конкурентоспособности. Рассматривается существенность вклада отечественной школы в развитие теории конкуренции, суть которого состоит в том, что отечественными исследователями преодолена односторонность взглядов на последнюю. Руководствуясь диалектико-материалистическими началами анализа конкуренции и одновременно придерживаясь внутреннего и внешнего анализа конкуренции (уровневую конкуренцию), исследователи раскрывали сущность и содержание конкуренции соответственно через понятия конкурентоспособности и конкурентного преимущества. Рассматривается отдельный вклад в развитие теории конкуренции представителей отечественной школы. Развитие теории конкуренции состоит в том, что предлагается к рассмотрению типологию конкуренции, классифицируемая по предметному признаку. Также предлагается к рассмотрению экономическая концепция развития конкуренции; диалектическая связь понятий конкурентного преимущества и конкурентоспособности; синергетическая и кибернетическая концепция развития конкуренции; методика исследования конкурентной среды. А также развитие теории конкуренции состоит и в том, что предлагается к рассмотрению стоимостная оценка конкурентоспособности через введение понятия запаса конкурентоспособности. Также предлагает к рассмотрению глобальный и локальный уровень анализа конкуренции; в качестве фактора развития конкуренции рассматривается научно-технический прогресс; кластерные образования как результат протекания конкурентных процессов в условиях функционирования рыночного механизма.

Ключевые слова: конкуренция; конкурентное преимущество; конкурентоспособность; синергетическая концепция развития конкуренции; кибернетическая концепция развития конкуренции; кластер; типология конкуренции.

Введение

В современном российской экономике и в целом в мировой экономике наиболее острой и важной является проблема конкуренции. Понятие конкуренции предпо-

лагает многоаспектность своего рассмотрения (процессы конкуренции, модели конкурентного поведения, конкурентную среду, конкурентные стратегии и т. д.) и неоднозначность в методологических под-

ходах к своему рассмотрению, а также неоднозначность в концепциях своего развития. В современных условиях конкуренция становится актуальной как в вопросах экономики, так и в вопросах управления и устройства общества в целом. Это позволяет рассматривать конкуренцию на более высоком уровне, чем национальная или региональная экономика, на уровне глобальных меновых экономических систем.

Современная экономическая мысль при рассмотрении категории «конкуренция» все чаще обращается к ее сущности, не останавливаясь на описании явлений конкуренций и указаний ее роли в общественных и экономических процессах. Такое положение вещей объясняется усложнением социально-экономических и общественно-политических отношений и в связи с этим неэффективностью в современном обществе (мировом пространстве) управленческих решений и мер. Механизмы «воздействия и угроз» (управление) в современном мировом пространстве уступают место среде «развития сотрудничества» (менеджменту). Исследователей в области конкуренции интересует возможность ее осмысления через понятийный аппарат, а именно осмысление процессов и отношений конкуренций. В связи с чем исследователи вводят в понятийный аппарат понятия конкурентного преимущества и конкурентоспособности. Данные понятия позволяют не только объяснить конкуренцию, но и образуют понятийно-категориальную трилогию конкуренция, конкурентное преимущество и конкурентоспособность, лежащую в основе научно-исследовательских процессов теоретизации конкуренции.

Современные научные исследования в области конкуренции представимы двумя альтернативными в своей методологии школами. Представителями Западной школы теории конкуренции М. Портером, М. Сакакибарой, Х. Такеути конкуренция рассматривается из ее идеалистических начал как конкурентные преимущества участников меновых отношений, где конкурентоспособность выступает средством познания и предметом оценки конкуренции. Представителями российской школы теории конкуренции – В. Л. Абрамовым, З. Т. Алиевым, Г. Л. Азоевым, Г. А. Васильевым, Ю. Я. Еленевой, Н. К. Моисеевой, Р. А. Фатхутдиновым, А. Н. Фоломьевым, А. П. Челенковым, А. Ю. Юдановым, И. В. Липсиц, М. И. Гельвановским – конкуренция рассматривается из ее материалистических позиций, где сущность конкуренции – понятием конкурентоспособности объектов хозяйствования, а конкурентные преимущества выступают средством познания и предметом исследований конкуренции.

В целом методологические взгляды современных исследователей на конкуренцию можно объединить в две группы. Первая группа исследователей придерживается *диалектико-идеалистического* подхода, а вторая группа — *диалектико-материалистического* подхода. Соответственно, в теории развития конкуренции представителями первой группы реализуется *синергетическая* концепции развития, а представителями второй группы — *кибернетическая* концепция.

Роль отечественных исследователей в области конкуренции видится в преодолении односторонности взглядов на конкуренцию, рассматривая последнюю с позиции двух начал: конкурентного преимущества и конкурентоспособности. Принимая во внимание философско-методологический аспект гносеологии, где окружающая действительность имеет две природы, ма-

¹ *Кравцевич Сергей Витальевич* – кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, кредита и бухгалтерского учета Читинского института Байкальского государственного университета (672000, Забайкальский край, г. Чита, ул. Бутина, 37); e-mail: kravcevs@front.ru.

териальную и идеалистичную, становится очевидным применение двух методологических подходов к анализу конкуренции. Один подход предполагает рассмотрение конкуренции с позиций ее содержания (или материи), а второй – с ценностных позиций (или понятийных).

Меновое пространство, или экономика, есть результат социальной природы человека, тем не менее это пространство имеет свою материальную основу (например, деньги, предприятия, товар, продукт), в связи с чем определяется необходимость двух начал в познании менового пространства – материального и идеалистического (понятийного). Причем изучение рынка как организационной формы менового пространства (а вместе с ним изучение фирмы, как противопоставляющей рыночной организационной форме) является воплощением диалектико-материалистического подходом, а изучение конкуренции, которую можно определить как устои, принцип и ценность организационной формы менового пространства, является воплощением диалектико-идеалистического подхода к познанию менового пространства.

Синтез двух альтернативных по своей сути направлений теоретизации представлений о конкуренции дает целостные теоретико-методологические основы (знания), позволяющие не только описывать конкуренцию, но и исследовать, анализировать, обобщать и прогнозировать конкуренцию. Целостное рассмотрение теоретико-методологических основ развития конкуренции имеет методическое значение при рассмотрении меновых систем, таких как меновая система на уровне национальной экономики, на уровне региональной экономики, на уровне глобальной экономики и т. п., с реально действующим рыночным механизмом, в конкретной конкурентной среде и с настоящими протекающими рыночными и конкурентными процессами.

Научно-теоретическое исследование

Исследования в области конкуренции имеют два направления научного развития. Одна группа исследователей видит в конкуренции непрерывные процессы, которые связаны с приобретением субъектами хозяйствования каких-либо эксклюзивных ценностей и которые дают последним статус лидерства в меновом пространстве. Другая группа исследователей видит в конкуренции определенные условия, которые позволяют вести меновые отношения субъектам хозяйствования и которые определяют вектор направления деятельности субъектов хозяйствования. Выделенные научные направления в гносеологии конкуренции по своей сущности являются противоречивыми, формируя два научных подхода к исследованию и анализу конкуренции.

Системное рассмотрение выделенных научных направлений позволяет оформить данные направления как методологическую основу теории конкуренции. При этом выделенные подходы к анализу конкуренции методологически дополняют друг друга, раскрывая сущность конкуренции как экономической категории. Формирование понятийной структуры конкуренции основывается на гносеологических методах познания, допуская двойственность в трактовки понятия конкуренции. При этом формируется понятийная трилогия категории конкуренции, раскрывающая ее внутреннее содержание. Отметим, что гносеологический подход позволяет раскрыть не только внутреннее содержание конкуренции, но и внешнее, где конкуренция сама выступает составляющим понятием экономической категории обмена.

Одним из известных исследователей современности в области конкуренции, конкурентоспособности и конкурентных преимуществ является Майкл Портер, представитель Западной школы. Результаты научных исследований в области конкурен-

ции изложены в его трудах «Конкурентное преимущество», «Конкурентная стратегия», «Конкуренция» и «Международная конкуренция».

М. Портера занимает вопрос: «Как страна создает обстановку, позволяющую отечественным фирмам быстрее обновлять технологию, чем это делают зарубежные конкуренты? Почему страны, имеющие одни и те же факторы производства, имеют разный успех в международных отношениях? Что лежит в основе этого успеха? Почему страны, не имеющие предпосылок к лидерству, т. е. не имеющие факторов производства, оказываются успешными в международных отношениях?» [7, с. 24–29, 39].

Предметом своего научного интереса М. Портер избирает «процесс получения и сохранения конкурентного преимущества в относительно сложных и индустриальных сегментах рынка» [7, с. 40]. Уточняя, можно сказать, что предметом научного интереса М. Портера выступает конкуренция (международная конкуренция) как процесс завоевания лидерства (успеха) на товарном рынке посредством приобретения конкурентного преимущества. А объектом исследования М. Портер выделяет рынок (международный рынок). Основные свои научные и практические результаты М. Портер фиксирует в труде «Международная конкуренция» [14].

Международная конкуренция выступает не единственным предметом научного интереса М. Портера. Большой научный интерес у М. Портера вызывает возможность практического применения знаний в области конкуренции в поведении фирм на международном рынке. Следовательно, предметом дальнейших научных исследований М. Портера является поведение фирм (конкурентное поведение фирм) в условиях международной конкуренции. В этом случае объектом исследования выступает фирма как участница международ-

ной конкуренции. Научные результаты этих исследований М. Портер фиксирует в книге «Конкурентные стратегии» [6, 15].

Выделяя в качестве предмета исследования конкуренцию, М. Портер применяет принципиально иной подход к анализу мировой (социально-экономических) системы, исследуя не рыночный механизм (места и способа взаимодействия рыночных агентов, функционирование законов спроса и предложения), а поведение хозяйствующих субъектов и отношения, в которых они состоят, – конкурентные процессы. По мнению М. Портера, «при статичном взгляде на конкуренцию факторы производства в стране неизменны. Фирмы применяют их в тех областях, где они дадут наибольшую отдачу. Реально же в конкуренции главную роль играют *инновации и перемены*. Для фирм дело не сводится к пассивной переработке ресурсов туда, где прибыль особо высока, – они стремятся повысить ее за счет новых товаров и технологий. Вместо того чтобы искать способы максимизации отдачи в существующих границах, нужно выяснить, как фирмы могут достичь конкурентного преимущества, изменяя сами границы. Вместо простого размещения фиксированного набора факторов производства важнее выяснить, как фирмы и страны улучшают качество факторов, повышают эффективность их применения и создают новые. Там, где факторы подвижны и могут быть “накачены” с помощью глобальной стратегии фирм, эффективность применения факторов принимает большое значение» [7, с. 39].

Рассматривая международную конкуренцию, М. Портер выделяет ее формы. Одна из них, «*множественно-национальная*» конкуренция, предполагает, что конкурентные процессы в каждой стране или в большинстве групп стран протекают независимо друг от друга, и в каждой стране имеются конкурирующие отрасли. Другая форма международной конкуренции – это

глобальная конкуренция, которая охватывает различные страны, и где конкурентные позиции фирмы в одной стране существенно влияют на конкурентные позиции фирм в другой стране [7, с. 72–73].

Таким образом, по М. Портеру мировое экономическое пространство представляется не множественностью рынков, обусловленных территориальными и государственными разграничим и их взаимодействием, а единым мировым рынком, в котором функционируют экономические системы по принципам международной конкуренции. Таким образом, М. Портер при анализе экономических систем выходит на глобальный уровень анализа (на уровень мегаанализа), что предполагает реализацию системного подхода к анализу конкуренции. А именно рассмотрение конкурентных систем на межгосударственном уровне, вводя понятие *глобальной конкуренции*, или на межотраслевом уровне, рассматривая *множественно-национальную конкуренцию*. При этом системность конкуренции видится в рассмотрении множественности конкурентных поведений или принципами протеканий конкурентных процессов, определяемых уровнем анализа (например, стран-участников или отраслей участников) в рамках единого рыночного механизма (мирового рынка, национального рынка).

При исследовании конкурентных преимуществ стран М. Портер видит источником их формирования «цепочку ценностей». По М. Портеру, цепочка ценностей обладает причинно-следственной природой, т. е. изменение какой-либо ценности во всей цепочке может привести к изменению ценности в целом по объекту исследования, что становится причиной возникновения конкурентного преимущества у фирм. М. Портер накладывает определенное условие на «цепочку ценностей» фирмы в формировании конкурентного преимущества. Она должна быть аналогичной или превос-

ходящей по своему качеству по отношению к другим фирмам (т. е. стоимость товара в конечном счете должна быть меньше, чем у конкурентов). Только в этом случае формируется конкурентное преимущество фирмы [7, с. 59–63]. Таким образом, «цепочка ценности», по М. Портеру, лежит в основе формирования и развития конкурентного преимущества фирмы и представляет собой совокупность принципов поведения или совокупность действий (событий), принимаемых субъектом хозяйствования.

Объясняя конкуренцию пятью силами, М. Портер ставит задачу определения содержания сил конкуренции по отношению к конкретным меновым системам или рынкам, вследствие чего им выделяются четыре параметра (детерминанты конкурентного преимущества), которые определяют конкурентное поведение фирм. Это факторные условия, условия спроса, наличие или отсутствие родственных или поддерживающих (поставщиков) отраслей, стратегия и структура фирм и их соперничество, а также параметры «случай» и «правительство» [7, с. 92–94].

Рассуждая о синергетическом эффекте «национального ромба», М. Портером широко применяется дуология понятий «конкурентных преимуществ» и «конкурентоспособности» в отношении «национального ромба». Причем, по М. Портеру, синергетизм «национального ромба» заключается в диалектическом переходе от системы «цепочки ценностей» (конкурентных преимуществ) к свойству системы (конкурентоспособности), а синергетическим эффектом, появление новой формы ведения бизнеса – *кластер*. Таким образом, введение трилогии понятий «конкуренция», «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность» объясняется М. Портером синергетизмом «национального ромба», где «конкурентное преимущество» является понятием, раскрываю-

щим сущность конкурентных процессов, а «конкурентоспособность» – понятием, характеризующим конкурентные процессы (оценочное понятие). Таким образом, по М. Портеру, конкуренция представляет собой динамическую систему (детерминанты конкурентных преимуществ), обусловленную появлением и утратой конкурентных преимуществ в определенный момент времени или на определенный этап развития.

В тоже время М. Портер, исходя из исторических представлений о конкуренции, рассматривает ее как силу меновой экономики, т. е. то, что имеет причинно-следственный характер, точку приложения и направленность действий. Этим М. Портер определяет возможность рассмотрения сущности конкуренции через задание понятийно-категориального конкурентного пространства, элементами которого являются конкурентное преимущество, конкурентоспособность, продавец, покупатель, локальная или активная конкуренция. Здесь можно отметить, что задание конкурентного пространства аналогично заданию рыночного пространства, параметрами кото-

рого выступает спрос, предложение, равновесная цена, производитель и потребитель (рис. 1).

Методологическая ценность фундаментальных исследований М. Портера заключается в следующем. Во-первых, М. Портер предлагает описательную модель конкурентного поведения экономических агентов или субъектов хозяйствования (в случае исследований М. Портера это страны), методологическим инструментом которой становится выделение принципов поведения или формирование «цепочки ценностей».

Во-вторых, в своих рассуждениях о трилогии понятий «конкуренция», «конкурентные преимущества» и «конкурентоспособность» М. Портер придерживался той точки зрения, что характер протекания конкурентных процессов определяется конкурентным преимуществом субъекта хозяйствования, т. е. принципами конкурентного поведения. А конкурентное положение субъекта хозяйствования на рынке определяется его конкурентоспособностью, т. е. свойством выпускаемых товаров и услуг. Причем наличие конкурентных преимуществ

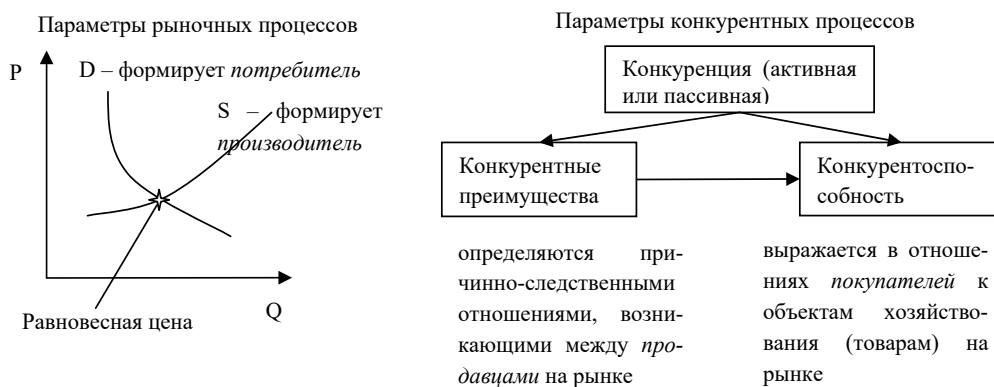


Рис. 1. Параметры рыночного и конкурентного пространства

ществ определяет фирму как конкурентоспособную.

Причем рассмотренная выше трилогия понятий образует диалектическую связь, обусловленную диалектическим переходом понятий конкурентного преимущества в конкурентоспособность. А сам подход исследователя к анализу меновой системы относит М. Портера к представителям диалектико-идеалистического подхода в исследовании конкуренции.

Исходя из диалектико-идеалистических представлений М. Портера к конкуренции, под последней он понимает, с одной стороны, процесс образования конкурентных преимуществ субъектов хозяйствования или вероятностные причинно-следственные отношения «цепочки ценностей» (процесс приобретения и утраты ценностей субъектом хозяйствования), а с другой — средство достижения свойства конкурентоспособности объектов хозяйствования на рынке. Отсюда следует, что *конкурентоспособность*, по М. Портеру, определяется как свойство объекта конкурентных отношений, определяющих его конкурентные позиции на рынке (в рыночном механизме). А *конкурентное преимущество* определяется как совокупность принципов (ценностей) поведения участников меновых отношений, определяющих характер протекания конкурентных процессов (тип конкуренции).

В-третьих, протекание конкурентных процессов, обусловленное диалектическим переходом конкурентных ценностей в конкурентные свойства, происходит в рамках конкурентных систем. Свойство системности конкуренции выражается во взаимосвязях внутренней и внешней конкуренции или во взаимосвязях локальной или глобальной конкуренции.

Отечественными представителями в области исследований конкуренции, конкурентных преимуществ и конкуренто-

способности выступают А. Ю. Юданов, И. В. Липсиц, И. М. Лифиц, Р. А. Фатхутдинов, Т. Г. Философова и др. исследователи. Особенностью отечественных исследователей в области конкуренции выступает то, что они придерживаются диалектико-материалистических воззрений. Научным интересом исследователей, как правило, выступает конкурентоспособность объектов хозяйствования [2].

Одним из представителей отечественной школы конкуренции является Р. А. Фатхутдинов. Результаты его научных исследований изложены в трудах «Стратегическая конкурентоспособность», «Инновационный менеджмент», «Управление конкурентоспособностью организаций» и др.

Р. А. Фатхутдинов определяет *конкуренцию* как «процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами на конкретном рынке (территории) для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях» [10, с. 30].

В своих исследованиях Р. А. Фатхутдинов предлагает к рассмотрению системный переход данных качеств [9, с. 10]. Им рассматривается производственная система, на входе и выходе которой находятся объекты хозяйственной деятельности — «ресурсы» и «товары», в отношении которых проводится оценка конкурентоспособности и выделяются критерии конкурентоспособности (показателей конкурентоспособности) [9, с. 197]. Таким образом, Р. А. Фатхутдинов предлагает к рассмотрению концепцию конкурентоспособности производственных систем, где на параметры «входа» и «выхода» накладывается требование конкурентоспособности. Причем на «вход» системы требование конкурентоспособности накладывается на комплексную характеристику объектов хозяйствования (ресурсов), а на

«выход» системы – на свойство объекта хозяйствования (товара). Отсюда следует, что развитие производственной системы предполагает развитие конкуренции как среды функционирования производственных систем.

Распространение концепции конкурентоспособности на производственные системы предполагает, что развитие конкуренции происходит не только в рамках меновых систем, но и в рамках производственных систем, что подразумевает реализацию кибернетической концепции развития конкуренции, в основе которой лежат механизмы управления и субъект-объектные отношения.

Также Р. А. Фатхутдинов предлагает «управление конкурентными преимуществами», при этом рассматривает многообразие конкурентных преимуществ по отношению к различным объектам исследования» [9, с. 410]. При этом исследователь понимает под «конкурентным преимуществом» характерный для объекта исследования и вполне определенный признак [9, с. 200–219].

Вклад Р. А. Фатхутдинова в развитие теории конкуренции состоит в том, что им рассматривается и определяется конкуренция как процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами. Также им анализируется конкуренция через исследование комплексной характеристики объектов хозяйствования. При этом конкурентное поведение субъектов хозяйствования определяется стратегической конкурентоспособностью объектов хозяйствования или стремлением к обладанию субъектом хозяйствования признаком конкурентного преимущества. При данном подходе отмечается связь «конкурентоспособности» и «конкурентного преимущества» в виде диалектического перехода качеств элементов производственной системы в рамках кибернетического эффекта. Из вышесказанного

следует, что Р. А. Фатхутдинов является представителем диалектико-материалистического подхода к анализу конкуренции, суть которого заключается в рассмотрении комплекса характеристик конкурентной среды и выработки стратегии конкурентного поведения субъекта хозяйствования, обеспечивающей последнему конкурентное преимущество.

Г. Л. Азовым конкуренция определяется в классической трактовке «Конкуренция – соперничество...» [1, с. 12]. При рассмотрении конкуренции автором используются два противоречивых понятия – «механизм конкуренции» [2, с. 12] и «среда конкуренции» [1, с. 19], что предполагает применение статического (конкуренция – процесс) и динамического подхода (конкуренция – явление) к анализу конкуренции. Справедливо говорить о рыночных механизмах, в основе которых лежат законы функционирования меновых систем, а не о механизмах конкуренции. В основе конкуренции лежат не законы, а принципы поведения субъектов хозяйствования. Поэтому справедливо говорить о моделях конкуренции (моделях конкурентного поведения), что в принципе и делает Г. Л. Азов, рассматривая типы несовершенной конкуренции [1, с. 19–23].

Г. Л. Азовым рассматривается конкурентное преимущество как проявление хозяйствующими субъектами признаков, а конкуренция — как социально-экономическое явление меновой экономики. Конкуренция как явление, а значит, как объект исследования предполагает изучение факторов развития конкуренции и выделение видов конкурентных преимуществ [1, с. 41].

Г. Л. Азов (как Р. А. Фатхутдинов и М. Портер) высказывается о развитии конкуренции, которое, по его мнению, заключается в смене видов конкуренций. Концепция развития конкуренции, по Г. Л. Азову, предполагает развитие конкурентных пре-

имущества как признака субъекта хозяйствования и состоит в смене видов конкурентных преимуществ и, соответственно, в смене видовой (типов) конкуренции. «Конкурентные преимущества возникают в результате соперничества при проектировании, производстве, реализации и эксплуатации продукции. Субъекты рынка, взаимодействие которых вызывает соперничество, а также отношения между ними, образуют конкурентную среду предприятия. <...> С точки зрения входных барьеров, действие факторов, представленных в модели, во многом определяется, с одной стороны, наличием реальных и потенциальных конкурентов, с другой – препятствиями для входа на рынок. Все перечисленные факторы создают условия для динамичного развития конкуренции и “устаревания” имеющихся конкурентных преимуществ» [1, с. 44].

Можно утверждать, что Г. Л. Азоев выступает сторонником экономической концепции развития конкуренции и видит развитие конкуренции в смене ее типов как социально-экономического явления. Отметим, что Р. А. Фатхутдинов является сторонником организационной концепции развития конкуренции, которое заключается в усложнении социально-экономических связей и отношений. «Развитие международных экономических отношений в условиях глобализации характеризуется международной интеграцией и получением каждой страной синергетического эффекта от этого процесса» [10, с. 19]. При этом процессы развития он описывает системой стратегической конкурентоспособности, которая на выходе системы повышается, а значит, усложняет социально-экономические отношения и связи [9, с. 197].

При изучении парных понятий «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность» Г. Л. Азоев обращается к системному подходу: «При системном изучении данных понятий выделяют иерархическую структуру, последовательно включающую

оценку товара, предприятия, отрасли, экономики с точки зрения их превосходства над аналогичными конкурирующими объектами» [1, с. 48] (рис. 2). Им отмечается иерархическая связь данных понятий.

При рассмотрении «причинно-следственных различий» понятий «конкурентного преимущества» и «конкурентоспособности» (рис. 2) Г. Л. Азоевым однозначно устанавливается связь конкурентного преимущества и конкурентоспособности, что определяет его как приверженца диалектико-идеалистических представлений о конкуренции. Причем в отмечаемой Г. Л. Азоевым связи КП→КСП сама связь рассматривается как «результат наличия конкурентного преимущества». В связи с чем конкурентоспособность объекта исследования (товара) определяется как «способность более полно отвечать запросам покупателей в сравнении с аналогичными товарами, представленными на рынке» [1, с. 48].

В тоже время Г. Л. Азоев отмечает комплексность проявлений конкурентных преимуществ, рассматривая их как признаки хозяйствующих субъектов. «Однако наличие отдельных конкурентных преимуществ не означает автоматическое предпочтение. Только в комплексе они могут оказать решающее влияние при выборе лучшего» [1, с. 48]. Здесь он рассматривает конкурентоспособность как результат комплексного влияния конкурентных преимуществ, в связи с чем предполагается рассмотрение конкурентоспособности как комплексной характеристики.

В своих исследованиях Г. Л. Азоев исследует конкурентные преимущества с двух позиций. С сущностных и предметных позиций конкурентные преимущества рассматриваются как ценности («цепочка ценности») и с методологической стороны, как признаки хозяйствующих субъектов.

Интеграция Западной и отечественной школой конкуренции в трудах Г. Л. Азоева

состоит во взглядах на концептуальные основы развития конкуренции. Так, он говорит о возможности развития конкуренции через формирование базовых стратегий конкуренции. «Ни одна фирма не может достичь конкурентных преимуществ по всем коммерческим характеристикам товара и средствам его продвижения на рынке. Необходимы выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующей сильные стороны своей деятельности <...> стратегия должна быть направлена на обеспечение конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе» [1, с. 86].

Причем развитие конкуренции видится ему в рамках менеджмента, т. е. через выработку стратегии конкурентного поведения хозяйствующих субъектов и, соответственно, через создание условий для реализации стратегий. В своих исследованиях Г. Л. Азоев устанавливает связь между

стратегиями конкуренции и конкурентными преимуществами субъектов хозяйствования как их признаками (рис. 2) [1, с. 88].

Р. А. Фатхутдинов развивает теоретические представления о развитии конкуренции, через понятие «нормативная конкурентоспособность» («стратегическая конкурентоспособность») [9, с. 10]. Таким образом, авторы высказываются о развитии конкуренции, используя понятия стратегии в отношении конкурентоспособности и конкурентных преимуществ.

Вводя понятия «стратегия» и «норматив» в отношении конкуренции, ученые закладывают представления о *системе конкуренции*, выделяя *глобальный и локальный* уровень анализа конкуренции. «В отличие от тактических действий на рынке, стратегия должна быть направлена на обеспечение конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе» [1, с. 86].

Г. Л. Азоев высказывает мысль о диалектической связи «рынка» и «конкурен-

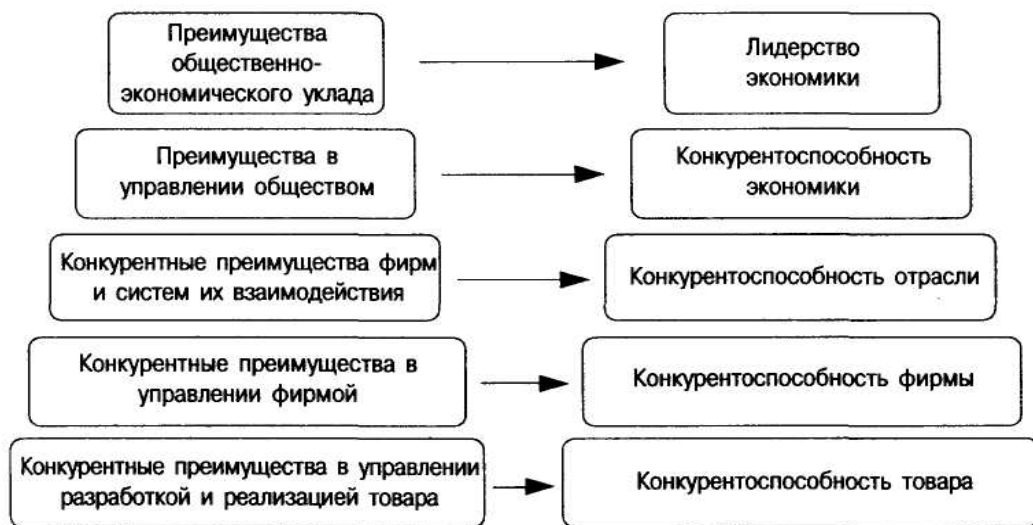


Рис. 2. Пирамида конкурентных преимуществ и конкурентоспособности по Г. Л. Азоеву

ции». «В ходе привязки конкурентных преимуществ к реальным условиям рынка необходимо учитывать изменения спроса, конкурентного окружения и конкурентного статуса предприятия, различные маркетинговые ситуации, дестабилизирующие положение на рынке. Последовательности адаптации и методам развития конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях посвящена настоящая глава. <...> Конкурентная среда нового рынка имеет несколько отличительных особенностей, которые целесообразно учитывать при формировании конкурентного преимущества». Эту связь он позиционирует как «динамические характеристики рынка требуют конкретизации выбранной стратегии конкуренции и путей достижения конкурентных преимуществ. Их учет является необходимым условием адаптации стратегии конкуренции к особенностям различных этапов жизненного цикла развития рынка» [1, с. 120].

Таким образом, предлагая к исследованию «развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях», Г. Л. Азоев тем самым закрепляет положение о диалектической связи конкуренции и рынка. Причем формирование конкурентных преимуществ и стратегии конкуренции подвержено влиянию рынка как внешней среды. В понятийном аспекте он достаточно точно соотносит понятия «рынка» и «конкурентной среды», не противореча их сущности. «Быстрый рост рынка (рынок как процесс) и вызывает серьезные изменения в среде конкуренции» [1, с. 121].

Основными выводами теоретического осмысления конкуренции считаются выводы о причинно-следственных различиях конкурентных преимуществ и конкурентоспособности и однозначно определяется связь между этими понятиями (КП→КСП) (рис. 2). Г. Л. Азоев рассматривает развитие конкуренции в рамках синергетического подхода через систему менеджмента и

в рамках кибернетического подхода через систему управления. Также он рассматривает технологию и методику исследования *конкурентной среды* («поиск конкурентных преимуществ») через оценку конкурентоспособности. В результате применения данной технологии появляется методологический инструмент анализа конкурентной среды – *конкурентная карта*.

Другим ярким представителем отечественной школы теории конкуренции является А. Ю. Юданов. Ученым рассматривается субъективная сторона конкуренции или локальный уровень ее анализа. Им рассматривается и анализируется конкурентные процессы на уровне хозяйствующих фирм, «которые стремятся только к собственной выгоде». Рассмотрение результатов конкурентного поведения фирм (конкуренции фирм) предполагают рассмотрение объективной стороны конкуренции или глобальный уровень анализа конкурентных процессов. «Потребительской ценностью товара и/или услуги является максимальная цена, которую потребитель считает для себя выгодным заплатить за нее [12, с. 23]». Таким образом, им выделяются уровни анализа конкуренции, это локальный и глобальный уровень анализа конкуренции.

В исследованиях конкурентоспособности объектов хозяйствования (объективная сторона конкуренции) А. Ю. Юдановым решается задача «конкурентоспособности и путей ее достижения. Решением поставленной задачи является приобретение потребительской ценности хозяйствующими субъектами (субъектная сторона конкуренции), через реализацию ими конкурентных стратегий (реализация конкурентных преимуществ), с последующим достижением конкурентоспособности товаров или фирм на рынке» [12, с. 21–22, 116].

Таким образом, представленная теория конкуренции, по А. Ю. Юданову, выстраивается на диалектико-идеалистических

представлениях о конкуренции, где суть конкуренции раскрывается через понятия «конкурентного преимущества» и «конкурентоспособности», а в основе гносеологии конкуренции лежит диалектический переход конкурентного преимущества в конкурентоспособность. Причем конкурентоспособность рассматривается им как свойство объекта хозяйствования. «Конкурентоспособностью называется степень притягательности данного продукта для совершающего реальную покупку потребителя. Обратим внимание на то, что конкурентоспособность связана не с отличными характеристиками товара как таковыми, а с его привлекательностью для делающих покупку клиентов» [12, с. 22].

А. Ю. Юданов определяет теоретические предпосылки к построению конкурентных систем. При рассмотрении «факторов формирования потребительской ценности» ученым предлагается рассматривать «институционального потребителя», или глобальный уровень анализа меновой системы, а при рассмотрении «ценности товара для частных лиц» – локальный уровень анализа [12, с. 25, 27]. Таким образом, ученый обращается к понятию конкурентоспособности товара как к последствию обладанием «потребительской ценности» у субъекта хозяйствования для институционального потребителя и для частных лиц. Причем он выделяет критерии конкурентоспособности, «это соотношение цены и качества товаров», и проводит стоимостную оценку конкурентоспособности. Конкурентоспособность товаров ученый рассматривает как их свойства, которые присущи товарам и которые дают объективную оценку не только товарам или услугам, но и конкуренции (процессам конкуренции).

Таким образом, теоретизируя высказывания А. Ю. Юданова по построению конкурентных систем, можно утверждать, что конкурентными процессами охватываются

различные уровни анализа меновых систем (локальный и глобальный). Отмечается, что на локальном уровне анализа конкурентные процессы описываются активными или пассивными формами. Суть конкуренции раскрывается через понятие конкурентного преимущества, а конкурентные процессы представляют собой приобретение субъектами хозяйствования «цепочки ценностей». На глобальном уровне анализа конкурентные процессы описываются несовершенными и регулируемыми типами конкуренций. Суть конкуренции раскрывается через понятие конкурентоспособности, а процессы конкуренции описываются свойствами объектов хозяйствования, через их оценку и описываются условиями протеканиями.

В исследованиях конкурентных процессов А. Ю. Юдановым актуализируется вопрос о соотношении понятий рынка и конкуренции. Исследователь косвенно указывает на процессуальность конкуренции. «Рыночной конкуренцией называется борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся фирмами на доступных им сегментах рынка» [12, с. 19].

Исследуя процессы конкуренции и анализирую конкурентные системы на рынке товаров и услуг, ученый рассматривает протекание и функционирование последних в рамках меновой системы. «Дело в том, что фирмы, придерживающиеся разных стратегий, не изолированы. Они взаимодействуют между собой, составляют единую систему или сообщество» [12, с. 106]. Ученым отмечается, что развитие экономической системы, научно-технический прогресс играют существенную роль. Так конкурентные системы, являющиеся подсистемами экономических систем, а за ним и меновых систем, зависят от научно-технического прогресса. А именно: научно-технический прогресс сопровождается развитием или сменой поведенческих конкурентных стра-

тегий фирм на товарном рынке (рыночной ниши) [12, с. 111–113].

Рассматривая научно-технический прогресс как основу развития экономической системы, а значит и ее конкурентной подсистемы, А. Ю. Юдановым рассматривается вопрос «фирмы и конкурентоспособность нации». Развитие конкурентной системы на локальном уровне (на отдельных рыночных нишах) посредством активной или пассивной конкуренции между фирмами неизбежно приводит к конкурентоспособности национальной экономики (глобальный уровень). Результатом развития экономической системы (конкурентной системы) становится образование кластеров как «сообщество фирм тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга» [12, с. 117].

Кластеры выступают результатом развития конкуренции, выполняя при этом формирующую и развивающую функцию конкуренции по повышению конкурентоспособности экономики (отрасли, нации). «Для всей национальной экономики кластеры выполняют роль точек роста внутреннего рынка и базы международной экспансии... Вслед за первым в экономике часто образуются новые кластеры и международная конкурентоспособность страны увеличивается. Высокая конкурентоспособность страны держится именно на сильных позициях отдельных кластеров» [12, с. 117].

Процесс образования кластеров А. Ю. Юданов видит исключительно в меновых системах, т. е. там, где присутствует обмен товаров и услуг «по технологическим цепочкам» с «высокой потребительской ценностью» последних. На каждом этапе меновых процессов повышается конкурентоспособность национальной экономики или отрасли, а вместе с этим образуются кластеры хозяйствующих субъектов, участвующих в этом процессе. «Возникновение кластеров объясняется передачей по

технологическим цепочкам товаров с высокой потребительской ценностью... Высокая потребительская ценность произведенного конкурентоспособной фирмой товара или услуги непосредственно способствует росту конкурентоспособности у фирмы-потребителя» [12, с. 117].

Вклад А. Ю. Юданова в развитие теории конкуренции заключается в том, что при исследовании «потребительской ценности» товаров и услуг процессы конкуренции рассматриваются на двух уровнях: на уровне «институционального потребителя» и на уровне «частных лиц», что выступает основанием рассмотрения *конкурентных систем*. Ученым практически реализуется диалектико-идеалистическая методология развития конкуренции, где конкурентоспособность объекта возникает в результате приобретения субъектом хозяйствования (фирмами) конкурентных преимуществ. В практику анализа вводится понятие кластера как результат развития конкурентных систем и как результат действия синергетического эффекта развития конкурентных систем.

Определенный вклад в развитие теории конкуренции внесли отечественные исследователи Е. И. Мазилкина и Г. Г. Паничкина. При рассмотрении конкуренции учеными интегрируются знания Западной экономической школы в области конкуренции со знаниями отечественной экономической школы. Рассматривается интегрированная система развития конкуренции, в которой объединяются диалектико-идеалистический и диалектико-материалистическим подходы к анализу конкуренции.

В своих исследованиях ученые рассматривают «конкурентоспособность» как экономическую категорию. «Методология изучения конкурентоспособности окончательно не сложилась, что делает необходимым обоснование конкурентоспособности как интегрированной экономической

категории...» [5, с. 4]. При рассмотрении учеными конкуренции отмечается дуализм понятия, сущность которого состоит в рассмотрении конкуренции как экономического явления и процесса. «Конкурентная борьба представляет собой динамический (ускоряющий движение) процесс, который служит лучшему обеспечению рынка товарами» [5, с. 6]. Отмечается противоречивость понятий «конкуренция» и «рынок». «Если на рынке существует конкуренция, обусловленная множеством участников, то цена соответствующего товара будет одинаковой на всем пространстве рынка. Это явление определяется как закон единой цены. Данный закон означает, что потенциальные продавцы и покупатели способны сравнивать цены между собой» [5, с. 6]. Соответственно, связи и отношения, возникающие между потребителями и производителями, описываются и определяются рынком. «Рынок в течение любого периода времени состоит из взаимодействующих решений потребителей, производителей» [5, с. 6].

При рассмотрении учеными понятия конкуренции вводятся понятия конкурентоспособности и конкурентного преимущества, где в отношении первого понятия рассматривается «управление конкурентоспособностью», что определяет кибернетическую концепцию развития конкуренции. Конкурентные преимущества рассматриваются авторами через понятие признака. «Конкурентное преимущество – это система, обладающая, какой-либо эксклюзивной ценностью, дающая ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сфере деятельности» [5, с. 12].

Связь между понятиями конкурентоспособностью и конкурентными преимуществами носит диалектический характер, а именно «конкурентоспособность является результатом, фиксирующим наличие конкурентных преимуществ, без которых не-

возможна конкурентоспособность». В тоже время ученые отмечают, что «такая аналогия имеет веские основания, поскольку смысл конкурентоспособности чаще всего трактуется как способность опережать соперников в достижении поставленных коммерческих целей», т. е. смысл конкурентоспособности заключается в наличие конкурентных преимуществ [5, с. 13].

Учеными отмечается системность в рассмотрении конкурентоспособности. «Область или сферу, в которой ведется соревнование, называют конкурентным полем. Большое разнообразие сфер деятельности определяет соответствующее разнообразие конкурентных полей. <...> Конкурентоспособность является системной, если ее определяющие факторы могут быть поняты только при взаимосвязанном обмене между элементами, формирующимися на различных уровнях общественной системы» [5, с. 20]. Система конкурентоспособностей объектов исследования носит иерархический характер [5, с. 21] и предполагает достижение системной (по уровневой) конкурентоспособности. То есть конкурентоспособность товара предопределяет конкурентоспособность фирмы. Последняя, в свою очередь, конкурентоспособность отрасли и т. д.

Исследователями утверждается, что на конкурентоспособность объектов хозяйствования оказывают влияние не только сегментация рынка, но и факторы ценообразования, ассортимента товаров, сбытовая деятельность, рекламная деятельность. В целях прогрессивного развития конкуренции учеными предлагается управление конкурентоспособностью, через управления факторами ее образующими (т. е. комплексных характеристик) [5, с. 101, 112, 126, 136, 159].

Научный вклад Е. И. Мазилкиной и Г. Г. Паничкиной в развитие теории конкуренции состоит в рассмотрении двух подходов к анализу конкуренции – как явления и как про-

цесса. Учеными вводится трилогия понятий «конкуренция», «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества» с указанием их диалектической связи. Также исследователями реализуется системный подход к развитию конкуренции, в частности предлагается к рассмотрению система конкурентоспособностей объектов исследования.

Научный вклад в развитие теории развития конкуренции внесли ученые А. Л. Денисова и Т. М. Уляхин. Ученые рассматривают теорию развития конкуренции, основываясь на кибернетической концепции.

Содержание понятия «конкурентоспособности» авторами раскрывается в рамках функционального подхода. Ученые рассматривают объектную природу конкуренции как совокупность обстоятельств (внешних) меновых процессов, которые определяют позиции (или комплекс характеристик) того или иного объекта хозяйствования в рыночных процессах, а наличие которых дает представления о «конкурентном преимуществе». Основной целью изучения конкуренции они видят в получении «интегрального показателя конкурентоспособности и <...> сравнения конкурентных преимуществ» [3, с. 11]. Таким образом, отмечается диалектическая связь трилогии понятий конкуренции, конкурентоспособности и конкурентного преимущества, где сущность понятия «конкуренция» раскрывается через «конкурентоспособность», а методологическое понимание конкуренции – через понятие «конкурентного преимущества».

Учеными подробно рассматриваются методики измерения и оценки конкурентоспособности. Причем отмечается, что «оценивание конкурентоспособности промышленных предприятий – это особый вид функциональной деятельности, направленный на определение суждений об объекте оценки в целом и его отдельных свойствах» [3, с. 22, 43–46].

Оценка конкурентоспособности как деятельность, как процесс и как методика анализа предполагает рассмотрение ряда субпонятий, таких как критерий конкурентоспособности, показатели конкурентоспособности, уровень конкурентоспособности [3, с. 24, 26, 27]. Приведенные понятия лежат в основе «управления качеством <...> в контексте повышения конкурентоспособности» объекта хозяйствования.

Отсюда следует, что, вводя понятийно-категориальный аппарат измерения и оценки конкурентоспособности, ученые вносят определенный вклад в развитие конкуренции, что «дооформляет» отечественное и западное направления теории развития конкуренции (табл. 1).

Ученые предлагают к рассмотрению «модель построения системы управления качеством позиционирования организации в условиях конкурентной среды». Данная модель раскрывает процессуальный аспект управления конкуренцией. «Разработки моделей и системы управления качеством позиционирования промышленного предприятия в условиях конкурентной среды, отражающей связь стратегических приоритетов развития предприятия с организационным механизмом их реализации как основы приобретения конкурентных преимуществ» [3, с. 39]. Признаками «управления конкуренцией» в рассматриваемой системе выступает наличие субъектно-объектного начала в системе управления — кибернетической концепции развития конкуренции. А также признаком выступает организационный механизм по повышению конкурентоспособности объектов хозяйствования, которые в своих обобщениях дают представления о конкурентных преимуществах субъекта хозяйствования.

Вклад ученых в развитие теории конкуренции заключается в рассмотрении кибернетической концепции развития конкуренции, в предложении методики измерения

конкурентоспособности и выведении интегрального показателя конкурентоспособности, в определении критериев оценки конкурентоспособности.

Отечественный исследователь Ю. Б. Рубин проводит обобщения в области методологии исследования конкуренции. Ученый предлагает к рассмотрению внутреннюю и

внешнюю природу конкуренцию. Предметом своего исследования он выделяет конкурентное поведение индивидуумов.

Рассматривая поведенческий подход к анализу конкуренции, Ю. Б. Рубин не исключает альтернативную возможность рассмотрения конкуренции как «экономического явления». Ученый отмечает истори-

Таблица 1

Теоретико-методологические основы развития конкуренции

Направления теории развития конкуренции	Аспекты теории развития конкуренции	Методология теории развития конкуренции
Отечественная школа теории развития конкуренции	1) Рыночное пространство (спрос, предложение, цена, количество, производитель, потребитель)	1) Компоненты конкурентоспособности
	2) Маркетинг, маркетинговые исследования	2) Измерение, оценка, показатели, критерий, уровень, карта конкурентоспособности
	3) Обобщение конкуренции	3) Выделение признаков конкурентных преимуществ
		4) Комплексы (решающие задачи эффективности)
		5) Интегрированная система развития конкуренцией (процессуальные и содержательные)
		6) Система управления конкурентоспособностью
Западная школа теории развития конкуренции	1) Конкурентное пространство (пять сил конкуренции по М. Портеру)	1) Детерминанты конкурентных преимуществ
	2) SWOT-анализ	2) Стратегии конкуренции
	3) Обобщение конкуренции	3) Классификация видов конкурентоспособностей
		4) Кластеры (решающие задачи конкурентоспособности)
		5) Система развития конкуренции (поведенческая и содержательная)
		6) Система менеджмента конкурентных преимуществ

чески сложившаяся естественность конкуренции и ее социальные корни, отмечая тем самым обстоятельство первичности происхождения «конкуренции» относительно «рынка» [8, с. 18–23].

Ю. Б. Рубин рассматривает внутреннюю (методологического понимания) и внешнюю (сущностное понимание) сторону понятия «конкурентных преимуществ». При рассмотрении «конкурентных преимуществ субъектов предпринимательского бизнеса», последние определяются как «совокупность свойств данных результатов деятельности субъектов бизнеса, которые делают их более привлекательными для внешнего окружения этих субъектов бизнеса» [8, с. 33, 40]. В данном случае им рассматривается внутренняя сторона понятия «конкурентного преимущества», под которым понимается присущий индивидууму признак, характеризующий его поведение в меновом пространстве.

Содержание внешней стороны понятия «конкурентного преимущества» раскрывается в «оценке степени привлекательности данного субъекта бизнеса для внешнего окружения с учетом его достижений» [8, с. 40]. Здесь сущность понятия «конкурентного преимущества» раскрывается как «цепочка ценностей» субъекта хозяйствования, лежащая в основе конкурентных процессов менового пространства.

При анализе конкуренции ученый обращается к понятию «конкурентного преимущества», рассматривая связь между понятиями «удовлетворенностью потребности» и «конкурентным преимуществом» как «цепочку ценностей» субъекта хозяйствования. «Степень удовлетворения потребностей клиентов является количественной мерой конкурентного преимущества фирмы» [8, с. 43–44].

При анализе процессов конкуренции Ю. Б. Рубин указывает на их развитие. «За тысячелетие эволюции человеческого об-

щества особенности конкуренции, ее исторические черты менялись многократно. В специальных исследованиях по экономической истории можно обнаружить немало фактов конкурентных действий и примеров конкурентных отношений, характерных для разных эпох развития человечества, начиная с первобытного строя» [8, с. 83]. Развитие конкуренции, по Ю. Б. Рубину, происходит в рамках экономической концепции, т. е. эволюционным путем. Ученым рассматривается понятие «современной конкуренции» как типовой разновидности конкуренции, которой присущи «специфические» условия протекания и существования. «Современная конкуренция, относится к рубежу XIX–XX вв. <...> обладает рядом специфических признаков» [8, с. 68].

При рассмотрении понятий «конкурентоспособности» и «конкурентного преимущества» им отмечается, что «конкурентные преимущества – это следствие реализации элементов конкурентоспособности» [8, с. 94]. Отсюда следует, что ученым рассматривается диалектическая связь между конкурентоспособностью и конкурентными преимуществами. А значит, допускается диалектико-материалистическое воззрение на конкуренцию, в связи с чем развитие конкуренции рассматривается в рамках синергетической и кибернетической концепции развития.

Анализ развития конкуренции производится ученым на локальном уровне, и рассматривается конкурентное поведение субъектов хозяйствования как источник и место развития конкуренции, в связи с чем им акцентируется внимание на теоретико-практическом исследовании и описании конкурентного поведения. Таким образом, ученым выдвигается гипотеза о внутреннем развитии конкуренции через активно-пассивную и прямую или косвенную форму конкуренции, в основе которой положено поведение (конкурентное поведение) инди-

видуумов и агентов или их адаптационное поведение. Отсюда следует, что развитие конкуренции носит системный характер, в рамках которого развитие конкуренции имеет две отправные точки. Первая точка представима объектной природой (например, процессы конкуренции, описываемые несовершенной конкуренцией), а вторая субъектной природой (например, конкурентные поведения, описываемые активной конкуренцией).

Сравнительный анализ научного вклада отечественной и Западной школы теории конкуренции

Научный вклад отечественной и Западной школ теории конкуренции принципиально состоит в том, что понятие конкуренции Западной школой рассматривается с идеалистических позиций или с ценностных позиций посредством введения понятия конкурентного преимущества. Практическое применение данного подхода находит себя в изучении конкурентного поведения участников меновых отношений, широкого применения метода SWOT-анализа, поиском конкурентных преимуществ и формированием стратегий развития.

Понятие конкуренции отечественной школой рассматривается с материалистических позиций или содержательных позиций посредством введения понятия конкурентоспособности. Практическое применение данный подход находит в изучении конкурентных условий меновых отношений, оценке их конкурентоспособности, установлении нормативов конкурентоспособностей и постановке целей развития (табл. 2).

Научные взгляды отечественной и Западной школы на конкуренцию внесли определенный методологический вклад в развитие теории конкуренции, рассматривая последнюю с позиций диалектико-идеалистических и диалектико-материалисти-

ческих начал. Синтез альтернативных направлений теоретизации конкуренции дает целостные теоретико-методологические основы (знания), которые не только предлагают научный инструмент к описанию «конкуренции», но и к ее исследованию, анализу, обобщению и прогнозированию.

Применение системного и гносеологического подхода к анализу конкуренции в отношении отечественной и Западной школы теории конкуренции позволяет установить диалектическую связь трилогии понятий «конкуренция», «конкурентные преимущества» и «конкурентоспособность» [4, с. 204]. Сущность связи состоит в том, что существо конкуренции в рамках диалектико-идеалистического подхода раскрывается через понятийные представления о конкурентных преимуществах хозяйствующих субъектов, а выражается конкуренция через свойство конкурентоспособности объектов хозяйствования. Причем данная связь однозначно определяет соотношение трилогии понятий в диалектическом переходе от понятия конкурентного преимущества к понятию конкурентоспособности. Практически диалектический переход используется в методологии исследования причин лидерства хозяйствующих субъектов, т. е. исследования их локальной природы и изучения свойств объектов хозяйствования в меновом пространстве, иными словами, в глобальном взаимодействии (рис. 3).

Отметим, что ученые – современники в области конкуренции широко используют диалектический переход конкурентного преимущества в конкурентоспособность как факторную (причинно-следственную) схему анализа конкурентоспособность объектов хозяйствования (организаций, товаров и т. п.) [11].

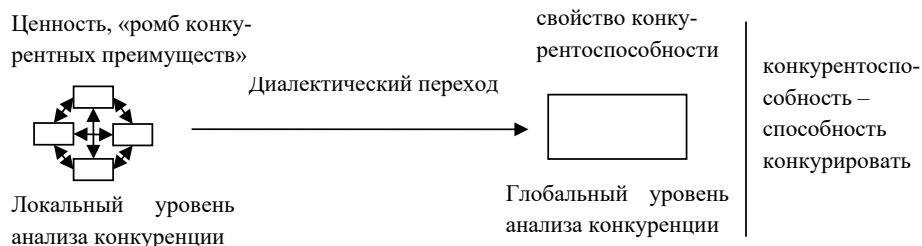
В рамках диалектико-материалистического подхода сущность диалектической связи трилогии понятия конкуренций рас-

Таблица 2

Сравнительно сопоставительный анализ научного вклада отечественной и Западной школы теории конкуренции

Научный вклад	Теория конкуренции Западной школы	Теория конкуренции отечественной школы
Подход к анализу конкуренции	Диалектико-идеалистический подход к развитию (КП→КСП)	Диалектико-материалистический подход к развитию (КСП→КП)
Предмет анализа конкуренции	Конкурентные поведение (конкурентные процессы)	Конкурентная среда (конкурентные условия)
Содержание анализа конкуренции	«Цепочка ценностей» хозяйствующих субъектов – признаки конкурентного поведения	Комплексные характеристики объектов хозяйствования
Объект анализа конкуренции	Участники меновых отношений (покупатель и продавец)	Объект меновых отношений (фирма, товар)
Уровень анализа меновых систем	Локальный (КП) и глобальный (КСП)	Внешний (КСП) и внутренний (КП)
Организационная концепция развития конкуренции	Синергетическая	Кибернетическая
Тип воздействия на конкуренцию	Менеджмент	Управление
Методы воздействия на конкуренцию	Стратегии развития	Цели развития
Результаты развития конкуренции	Приобретения или утрата конкурентных преимуществ	Повышение или понижение конкурентоспособности

Диалектико-идеалистический подход



Диалектико-материалистический подход

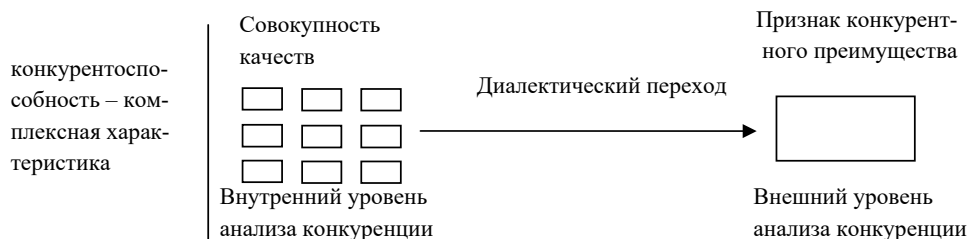


Рис. 3. Схема диалектических переходов понятий конкурентного преимущества и конкурентоспособность

крывается через понятийные представления конкурентоспособности объектов хозяйствования, а выражается конкуренция через признак конкурентного преимущества субъекта хозяйствования. Данная связь однозначно определяет соотношение трилогии понятий в диалектическом переходе от понятия конкурентоспособности к понятию конкурентного преимущества. Практически диалектический переход используется в методологии исследования параметров лидерства объектов хозяйствования, т. е. исследования их внутренней природы и изучения признаков субъектов хозяйствования в меновом пространстве, иными словами, во внешней среде (рис. 3).

В таблице 3 на основании диалектической связи понятий конкурентного преимущества и конкурентоспособности и в зависимости от функциональной направленности рассмотрены подходы к анализу развития конкуренции [4, с. 226].

Системность в рассмотрении научных взглядов и представлений о конкуренции представителей отечественной и Западной школы теории конкуренции позволяет сделать вывод о системности развития

конкуренции, а также формирует представления о системном подходе к анализу конкуренции.

Конкурентная система, в рамках учений М. Портера, проявляет себя в сочетаниях типовых разнородных групп конкуренций в зависимости от уровня анализа экономических систем. Выделяются конкурентная система несовершенной и активной конкуренции и конкурентная система регулируемой и пассивной конкуренции. Элементами этих систем выступают типы и виды конкуренций, характеризующих одно и то же экономическое пространство (рыночный механизм) на глобальном и локальном уровнях анализа.

Отметим, что отечественная школа теории конкуренции, придерживаясь диалектико-материалистических воззрений на развитие конкуренции, а значит кибернетического подхода к развитию конкуренции, рассматривает систему конкуренции (т. е. условия протекания рыночных процессов) в системе множества рынков, а сама система конкуренции описывается условиями конкуренции через раскрытие комплексных характеристик объектов хозяйствования,

Таблица 3

Подходы к анализу понятий «конкурентного преимущества»
и «конкурентоспособности» в отношении развития конкуренции

Признак/понятие	Конкурентное преимущество	Конкурентоспособность
Диалектико-идеалистический подход		
Функциональная направленность анализа понятий	Сущностное понимание	Методологическое понимание
Дефиниции понятий	«Цепочка ценностей» субъектов хозяйствования	Свойство объектов хозяйствования
Диалектико-материалистический подход		
Функциональная направленность анализа понятий	Методологическое понимание	Сущностное понимание
Дефиниции понятий	Признак субъектов хозяйствования	Комплексная характеристика объектов хозяйствования

т. е. их конкурентоспособности. Отсюда следует, что развитие системы конкуренции предполагает реализацию функций управления рыночными процессами.

В основе построения системы конкуренции положена диалектическая связь понятий рынка и конкуренции как понятий, раскрывающих сущность экономической категории обмена. При рассмотрении Западной школы теории конкуренции раскрывается внешнее содержание понятия «конкуренция» как процесса, а сама конкуренция выступает элементом

меновой системы хозяйствования, образованной протеканием конкурентных процессов на различных уровнях анализа (элемент меновой системы). Другим элементом меновой системы выступает функционирующий рыночный механизм. Внутреннее содержание конкуренции раскрывается через понятие конкурентные системы, образованные типовой разновидностью конкуренции и уровнем анализа конкуренции.

Отечественная школа теории конкуренции раскрывает внешнее содержание по-

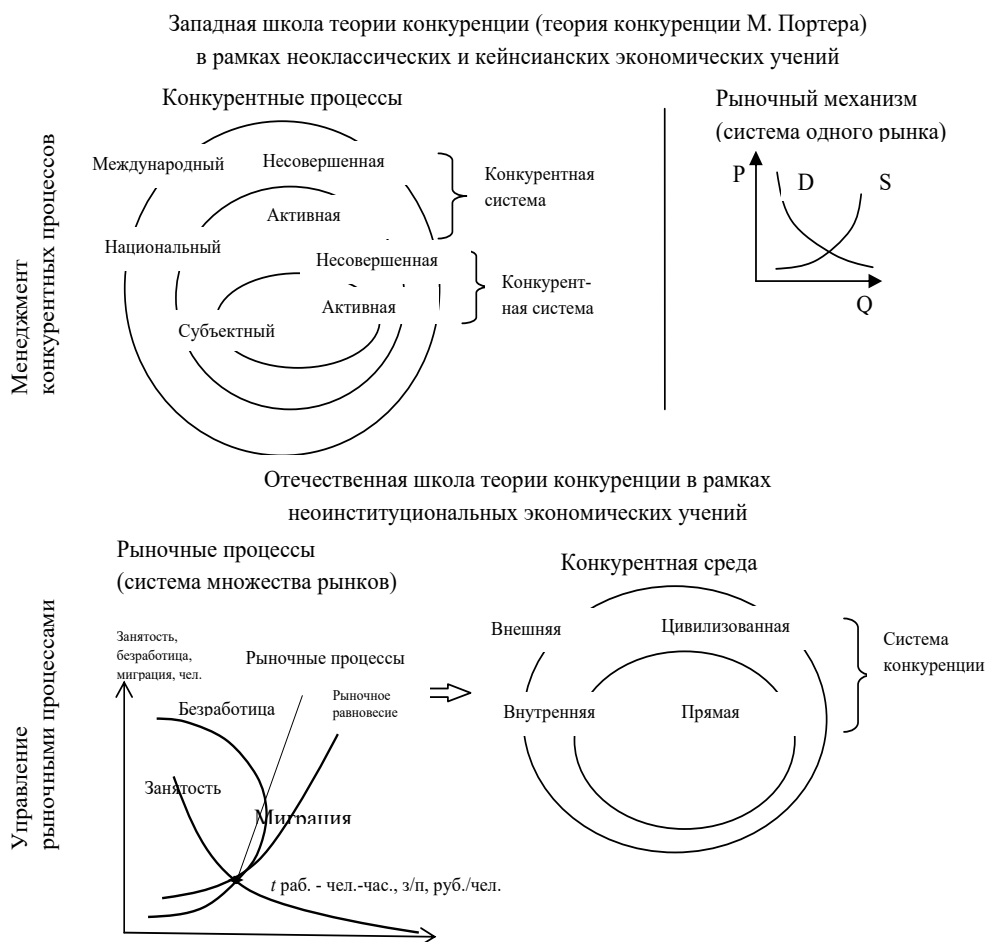


Рис. 4. Системность конкуренции в Западной и отечественной школах теории конкуренции

нения конкуренции как среды, а сама конкуренция выступает элементом меновой системы хозяйствования, представляющей собой совокупность условий, составляющих внутреннюю и внешнюю среду протекания рыночных процессов (элемент меновой системы). Другим элементом меновой системы выступают система рыночных процессов и ими образуемое рыночное равновесие. Внутреннее содержание конкуренции раскрывается через понятие системы конкуренции, образованной типовой разновидностью конкуренции и уровнем анализа конкуренции.

Схема интерпретация конкурентных систем приведена на рис. 4.

Заключение

В целом, исходя из теоретико-методологического анализа, можно дать следующие

определения конкурентной системе. Под конкурентными системами следует понимать конкурентное пространство одного рынка, элементами которого являются типовые и видовые конкуренции (конкурентные процессы), выражающиеся в «цепочки ценностей» и характеризующих функционирование рыночного механизма на различных уровнях анализа (глобальном и локальном). Под системой конкуренции понимают конкурентные группы объектов хозяйствования (товаров, фирм и т. д.) множества рынков, представляющих типовую и видовую конкуренцию (совокупность условий), выражающуюся в комплексе характеристик условий хозяйствования и описывающуюся достаточными и необходимыми условиями протекания рыночных процессов на различных уровнях анализа (внешнем или внутреннем).

Список использованных источников

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентное преимущество фирмы. М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. 256 с.
2. Винокурова М.В. Конкурентные преимущества региона // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). 2011. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eizvestia.isca.ru/reader/article.aspx?id=13894>.
3. Денисова А.Л., Уляхин Т.М. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества / под ред. А.Л. Денисовой. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 120 с.
4. Кравцевич С.В. Развитие теоретико-методологических подходов к исследованию конкуренции. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014. 258 с.
5. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Основы управления конкурентоспособностью : учеб. пособие. М.: Изд-во «Омега-Л», 2009. 328 с.
6. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 454 с.
7. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ. под ред. и с предисл. В.Д. Щетинина. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
8. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции :

- учебник. М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2003. 584 с.
9. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность : учебник. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. 504 с.
 10. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник. 2-е изд., испр. и доп. М.: Изд-во Эксмо, 2005. 544 с.
 11. Шуплецов А.В., Харитонова П.В. Формирование и развитие организационной культуры как фактора определяющего конкурентоспособность предпринимательской деятельности организации // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (Электронный журнал). 2012. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=14243>.
 12. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб.-практ. пособие. 3-е изд., испр. и доп. М. Гном и Д, 2001. 142 с.
 13. Hayek F.A., Ashton T.S., Hacker L.W. Capitalism and Historians. The University of Chicago Press, 1967. 194 p.
 14. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors: With a New Introduction. New York: Free Press, 1980. 398 p.
 15. Porter M.E., Kramer M.R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility // Harvard Business Review. 2006. Vol. 84, No. 12. P. 78–92.

Kravtsevich S.V.

*Chita Institute of the Baikal State University,
Chita, Russia*

DEVELOPMENT OF THE COMPETITION THEORY: THE CONTRIBUTION OF THE DOMESTIC AND WESTERN SCIENTIFIC SCHOOLS

Abstract. The article considers modern scientific views on the concept of “competition”, which has two methodological directions of development. Researchers adhere to the dialectic idealistic approach to the analysis of competition, which sees competition as a competitive processes in terms of the functioning of the single market mechanism, and the essence of “competition” is revealed through the notion of “competitive advantage”. Other researchers stick to the dialectic-materialistic approach to the analysis of competition, which sees the competition as a set of conditions in which the flow of market processes and the essence of “competition” is revealed through the notion of “competitiveness”. The article weighs the contribution of Russian scientists to the development of the theory of competition as they were able to overcome one-sided views on the matter. Applying the dialectic-materialistic fundamentals of competition analysis while adhering to internal and external competition analysis (tiered competition), researchers have uncovered the essence and content of competition, respectively through the concept of “competitiveness” and “competitive advantage”. The article considers separate contribution to the theory of competition made by representatives of the domestic school of economics. The

authors propose a typology of competition, on the basis of a substantive review. It is also proposed to consider the concept of the development of economic competition; the dialectic of the concepts of “competitive advantage” and “competitiveness”; the synergetic and cybernetic concept of the development of competition; a methodology for the study of a competitive environment. It is also proposed to consider the valuation of competitiveness through the introduction of the concept of “reserve of competitiveness”. The author also offers to consider the global and local level of competition analysis; the scientific and technical progress is viewed as a factor in the development of competition; cluster formation, as a result of competitive processes under the conditions of the functioning of the market mechanism.

Key words: competition; competitive advantage; competitive edge; synergetic development concept competition; cybernetic concept development competition; cluster; typology of the competition.

References

1. Azoev, G.L., Chelenkov, A.P. (2000). *Konkurentnoe preimushchestvo firmy [The competitive advantage of the firm]*. Moscow, NOVOSTI.
2. Vinokurova, M.V. (2010). Konkurentnye preimushchestva regiona (Competitive Advantages of the Region). *Izvestia Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii (Baikal'skii gosudarstvennyi universitet ekonomiki i prava) (Baikal Research Journal)*, No. 5. Available at: <http://www.eizvestia.isca.ru/reader/article.aspx?id=13894>.
3. Denisova, A.L., Uliakhin, T.M. (2006). *Upravlenie konkurentosposobnost'iu promyshlennogo predpriatiia: aspekty kachestva [Competitiveness management in an industrial company: The quality aspect]*. Tambov, Tambov State Technical University.
4. Kravtsevich, S.V. (2014). *Razvitie teoretiko-metodologicheskikh podkhodov k issledovaniyu konkurentsii [Development of theoretical and methodological approaches to the study of competition]*. Irkutsk, Baikal State University.
5. Mazilkina, E.I., Panichkina, G.G. (2009). *Osnovy upravleniia konkurentosposobnost'iu [Fundamentals of competitiveness management]*. Moscow, Omega-L.
6. Porter, M. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
7. Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Harvard Business School.
8. Rubin, Iu.B. (2003). *Teoriia i praktika predprinimatel'skoi konkurentsii [Theory and Practice of Business Competition]*. Moscow, Market DS Corporation.
9. Fatkhutdinov, R.A. (2005). *Strategicheskaia konkurentosposobnost' [Strategic competitiveness]*. Moscow, Ekonomika.
10. Fatkhutdinov, R.A. (2005). *Upravlenie konkurentosposobnost'iu organizatsii [Management of competitiveness in an organization]*. Moscow, Eksmo.
11. Shupletsov, A.V., Kharitonova, P.V. (2012). Formirovanie i razvitie organizatsionnoi kul'tury kak faktora opredeliaiushchego konkurentosposobnost' predprinimatel'skoi i deiatel'nosti organizatsii (Forming and development of organization culture as factor determining

- organization's entrepreneurial competitiveness). *Izvestia Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii (Baikal'skii gosudarstvennyi universitet ekonomiki i prava) (Baikal Research Journal)*, No. 1. Available at: <http://www.eizvestia.isca.ru/reader/article.aspx?id=14243>
12. Iudanov, A.Iu. (2001). *Konkurentsia: teoriia i praktika (Competition: Theory and Practice)*. Moscow, Gnom i D.
13. Hayek, F.A., Ashton, T.S., Hacker, L.W. (1967). *Capitalism and Historians*. The University of Chicago Press, 194.
14. Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors: With a New Introduction*. New York, Free Press. 398.
15. Porter, M.E., Kramer, M.R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, Vol. 84, No. 12, 78–92.

Information about author

Kravtsevich Sergey Vitalievich – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance, Credit and Accounting, Chita Institute of the Baikal State University, Chita, Russia (672000, Zabaikalsky Krai, Chita, Butina street, 37); e-mail: kravcevs@front.ru.

Для цитирования: Кравцевич С.В. Развитие теории конкуренции: вклад отечественной и западной научных школ // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2018. Т. 17, № 4. С. 578–602. DOI: 10.15826/vestnik.2018.17.4.025.

For Citation: Kravtsevich S.V. Development of the Competition Theory: The Contribution of the Domestic and Western Scientific Schools. *Bulletin of Ural Federal University. Series Economics and Management*, 2018, Vol. 17, No. 4, 578–602. DOI: 10.15826/vestnik.2018.17.4.025.

Информация о статье: дата поступления 16 мая 2018 г.; дата принятия к печати 14 июня 2018 г.

Article Info: Received May 16, 2018; Accepted June 14, 2018.